

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bonus demografi 2045 menjadi isu strategis nasional yang bukan sekadar isu kependudukan, tetapi juga tentang kesiapan manusia, nilai, dan arah transformasi SDM karena komposisi usia penduduk Indonesia saat ini menunjukkan dominasi usia produktif yang tinggi sebagai potensi kekuatan pembangunan.¹ Berdasarkan proyeksi Badan Pusat Statistik, pada puncak bonus demografi Indonesia diperkirakan jumlah penduduk dengan usia produktif (15-64 tahun) mencapai 65,79 % dari total penduduk sekitar 324,05 juta jiwa pada 2045 (sekitar 213,18 juta jiwa), sementara usia non-produktif hanya sekitar 34,21 % terdiri dari usia anak-anak dan lansia.²

Bonus demografi ini membuka peluang besar bagi percepatan pertumbuhan ekonomi dan inovasi sosial jika tenaga kerja usia produktifnya memiliki kualitas pendidikan, keterampilan, kesehatan, dan nilai budaya yang kuat.³ Namun, bila kualitas SDM tidak terbangun secara memadai, momentum ini justru berpotensi menjadi beban pembangunan, memperlemah daya saing

¹ Deri Firmansyah, "DIVIDEN DEMOGRAFI: PELUANG DAN TANTANGAN, BONUS ATAU FATAMORGANA," *Journal of Business Education and Social* 5, no. 2 (December 2024): 67–79, <https://doi.org/10.33592/jbes.v5i2.4621>.

² Badan Pusat Statistik, *Analisis Profil Penduduk Indonesia* (Badan Pusat Statistik, 2022), <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/06/24/ea52f6a38d3913a5bc557c5f/analisis-profil-penduduk-indonesia.html>.

³ Muhammad Dwi Rizkianoor, "National Strategy for Youth Entrepreneurship Development in the Demographic Bonus," *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 8, no. 3 (July 2025): 5371–84, <https://doi.org/10.24815/jr.v8i3.49190>.

global sampai pengangguran masal.⁴ Diskursus bonus demografi selama ini banyak berputar pada angka dan proyeksi dari persentase usia produktif, rasio ketergantungan, pertumbuhan PDB, dan strategi kebijakan makro.⁵ Proyeksi menunjukkan bahwa pada 2045 rasio ketergantungan ekonomi di Indonesia diperkirakan turun di bawah 50%, hal tersebut menunjukkan potensi besar tenaga kerja produktif terhadap beban nonproduktif.⁶

Tetapi hal tersebut mengabaikan sisi komunikasi, pembentukan nilai, dan perilaku sosial, padahal transformasi demografi juga merupakan proses sosial, kultural, dan simbolik, seperti bagaimana masyarakat memaknai masa produktif, bagaimana lembaga sosial bertanggung jawab dan membentuk harapan, serta bagaimana komunitas sosial mampu terlibat aktif pada masa bonus demografi. Akibatnya berpotensi terdapat kebijakan bonus demografi yang hanya bersifat teknis tanpa mempertimbangkan makna dan nilai sosial yang pada akhirnya berdampak pada efektivitas implementasi dari konsep-konsep bonus demografi yang sudah dirancang.⁷

Di era digital, organisasi non-profit dan komunitas berbasis kompetensi masa depan semakin mengambil peran dalam isu demografi melalui

⁴ Teguh Warsito, "ATTAINING THE DEMOGRAPHIC BONUS IN INDONESIA," *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)* 1, no. 1 (September 2019): 6, <https://doi.org/10.31092/jpkn.v1i1.611>.

⁵ M. Fikri Darussalam, Dwi Wahyu Artiningsih, and Syahril Shaddiq, "TRANSFORMASI DIGITAL DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA," *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 7 (July 2025): 1122–27, <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i7.750>.

⁶ Pusat Statistik, *Analisis Profil Penduduk Indonesia*.

⁷ Wijil Nugroho and Leo Alexander Tambunan, "Transformasi Digital Dan Dampaknya Terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia Di Era Industri 5.0," *Jurnal Ilmiah Global Education* 6, no. 3 (September 2025): 1959–74, <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.4172>.

komunikasi digital dengan berpartisipasi dan berkolaboratif, karena ruang publik digital kini menjadi arena utama pembentukan opini dan keterlibatan masyarakat.⁸ Data *We Are Social Hootsuite* menunjukkan bahwa pada 2025 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 78%, dengan pengguna media sosial sekitar 60% dari total populasi. Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi organisasi sosial untuk membangun narasi dan aliansi aksi secara lebih luas.⁹

Organisasi berbasis nilai, seperti komunitas pendidikan, kesehatan, atau pemberdayaan pemuda, menggunakan platform digital tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga mendorong dialog, kolaborasi antaraktor, dan co creation konten yang responsif terhadap dinamika sosial.¹⁰ Pendekatan komunikasi digital seperti ini membantu menempatkan isu demografi selain sebagai data statistik, juga sebagai pengalaman yang berbasis pada nilai, harapan, dan tanggung jawab dalam menghadapi bonus demografi 2045.¹¹

Di tengah isu nasional bonus demografi 2045 dan kebutuhan pengembangan SDM yang berkualitas, BUMI Scholar hadir sebagai bagian dari masyarakat sipil yang memaknai bonus demografi selain sebagai

⁸ Neya Global and Anna Neya Kazanskaia, "Digital Collaboration Tools for Non-Profit Organizations: Enhancing Efficiency, Communication, and Impact," *NEYA Global Journal of Non-Profit Studies*, ahead of print, 2025, <https://doi.org/10.64357/neya-gjnps-dgcltlenhtmpr-01>.

⁹ *Digital 2025 - We Are Social Indonesia*, <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>.

¹⁰ Neya Global and Anna Neya Kazanskaia, "Methodological Reflections on Researching Civil Society in Restrictive Environments," *NEYA Global Journal of Non-Profit Studies*, ahead of print, 2025, <https://doi.org/10.64357/neya-gjnps-cvscunprsrseenv-08>.

¹¹ I. Putu Yogi Surya Pratama et al., "PERAN NAMA FOUNDATION SEBAGAI LEMBAGA FILANTROPI INTERNASIONAL ASAL MALAYSIA TERHADAP SEKTOR PENDIDIKAN DI INDONESIA," *Prosiding Seminar Nasional Sosial Dan Humaniora 2* (March 2025): 63–80, <https://doi.org/10.29303/sh.v2i.3394>.

permasalahan jumlah penduduk, juga sebagai momentum transformasi SDM melalui ekosistem Bestari yang kolaboratif. Melalui pengembangan ekosistem Bestari, organisasi ini mengintegrasikan pendidikan, penguatan kapasitas generasi muda, dan kolaborasi lintas sektor dalam kerangka Triple Helix. Berdasarkan informasi publik di laman resminya, BUMI Scholar telah menjangkau ribuan pemuda melalui program beasiswa, mentoring, webinar, seminar, dan pengembangan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan masa depan menuju Indonesia emas 2045.¹²

Ekosistem BESTARI adalah nilai yang dikembangkan oleh BUMI Scholar sebagai dasar dalam membina anggota dan penguatan kolaborasi Triple Helix. Istilah BESTARI merupakan akronim dari nilai-nilai Berkarakter, Empati, Sinergi, Teladan, Akhlak, Religius, dan Inspiratif, yang dirancang untuk membentuk individu yang unggul secara kompetensi dan matang secara moral dan sosial. Bestari bukan hanya dijadikan sebagai slogan atau identitas simbolik BUMI Scholar saja, melainkan sebagai nilai yang dihidupi dan menjadi rujukan dalam proses pendidikan, pendampingan, serta pengambilan keputusan dalam organisasi.

Nilai Berkarakter dan Akhlak menekankan pentingnya integritas dan tanggung jawab dalam kehidupan sosial. Empati mendorong kemampuan memahami situasi dan perspektif orang lain, sehingga relasi yang terbangun bersifat inklusif dan saling menghargai. Sinergi menegaskan pentingnya kerja sama lintas individu sebagai fondasi kolaborasi, khususnya dalam kolaborasi

¹² *BUMI Scholar*, n.d., accessed February 22, 2026, <https://bumischolar.org/>.

Triple Helix. Nilai Teladan dan Inspiratif sebagai penekanan bahwa setiap individu dalam ekosistem BESTARI diharapkan mampu memberi contoh melalui tindakan dan membawa perubahan positif di lingkungan sekitarnya. Nilai Religius memberi arah transendensi agar seluruh proses pengembangan diri tetap berpijak pada kesadaran moral dan tanggung jawab spiritual.

Dalam praktiknya, BESTARI dipahami sebagai ekosistem karena nilai-nilai tersebut saling terkait dan dihidupkan melalui komunikasi organisasi, interaksi sosial, serta pengalaman dari para anggotanya. Ekosistem BESTARI membentuk cara organisasi berinteraksi dengan mitra, merancang program, dan membangun relasi. Sehingga pengembangan sumber daya manusia akan terarahkan pada pencapaian individual dan pada pembentukan kesadaran sosial.

Dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada 2045 sekitar 65,8% jumlah penduduk Indonesia berada pada usia produktif, atau lebih dari 213 juta jiwa, sehingga menuntut kesiapan SDM yang berdaya, beretika, dan berorientasi masa depan, sejalan dengan cita-cita pembangunan Indonesia.¹³ BUMI Scholar juga membangun jaringan luas dengan institusi pendidikan, praktisi, dan komunitas lain yang mencerminkan kolaborasi Triple Helix antara akademisi, pemerintah, dan praktisi untuk memperkuat keterkaitan antara pendidikan, kebijakan, dan kebutuhan dunia kerja, sehingga

¹³ Pusat Statistik, *Analisis Profil Penduduk Indonesia*.

bonus demografi dapat dimaknai sebagai upaya untuk membangun generasi unggul menuju Indonesia Emas 2045.¹⁴

Komunikasi profetik digital oleh BUMI Scholar berangkat dari kesadaran bahwa pengembangan generasi muda tidak dapat dilepaskan dari nilai. Komunikasi yang dijalankan tidak berdiri netral, tetapi diarahkan pada penguatan humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagaimana nilai komunikasi profetik yang dirumuskan oleh Kuntowijoyo.¹⁵ Dimana Indonesia sekarang ini memiliki lebih dari 200 juta pengguna internet, yang menjadikan ruang digital sebagai medium utama pembentukan sikap dan orientasi generasi usia produktif.¹⁶ Komunikasi profetik berfungsi menjaga arah pengembangan SDM bukan hanya bersifat teknis, namun juga memiliki nilai sosial dan spiritual.¹⁷

Kajian tentang bonus demografi sampai saat ini lebih banyak diarahkan pada isu ekonomi, kebijakan publik, dan ketenagakerjaan, sementara pendekatan komunikasi organisasi relatif jarang mendapat perhatian.¹⁸ Dalam studi kolaborasi Triple Helix, fokus utama juga lebih banyak diarahkan pada

¹⁴ BUMI Scholar.

¹⁵ Syahputra Iswandi, *Komunikasi Profetik : Konsep Dan Pendekatan* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007).

¹⁶ Nur Aminudin et al., "Digital Landscape and Behavior in Indonesia 2024: A National Survey Analysis of Internet Penetration, Cybersecurity Risks, and User Segmentation Using K-Means Clustering and Logistic Regression," *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)* 6, no. 5 (October 2025): 3336–51, <https://doi.org/10.52436/1.jutif.2025.6.5.5117>.

¹⁷ Uliya Fadhila et al., "Komunikasi Profetik Dalam Mendorong Pembangunan Desa (Studi Kasus Desa Medini Kabupaten Kudus)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (April 2025): 29–42, <https://doi.org/10.15642/jik.2025.15.1.29-42>.

¹⁸ Mariyani Mariyani and Andarusni Alfasnyur, "PENDIDIKAN INDONESIA DAN KESIAPANNYA MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI," *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn* 8, no. 2 (November 2021): 98–104, <https://doi.org/10.36706/jbti.v8i2.15683>.

inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan teknologi, dengan kurang berfokus pada nilai, etika, dan spiritualitas yang turut memengaruhi keberlangsungan kolaborasi.¹⁹

Konsep komunikasi profetik lebih sering hadir dalam kajian normatif keislaman dan belum banyak diuji secara empiris dalam komunikasi organisasi modern. Dominasi penelitian Barat yang sekuler membuat riset komunikasi digital kurang peka terhadap realitas sosial keagamaan Indonesia, sehingga organisasi kontemporer masih jarang diposisikan sebagai subjek penting dalam pembahasan isu masalah nasional.²⁰

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menelaah bagaimana proses komunikasi organisasi dijalankan dalam merespons isu bonus demografi 2045 melalui pendekatan komunikasi profetik serta cara organisasi membangun pemahaman, orientasi nilai, dan pola kolaborasi lintas sektor dalam kerangka Triple Helix. Dengan menempatkan komunikasi sebagai proses pembentukan pemahaman, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana komunikasi profetik dioperasionalkan dalam praktik organisasi serta implikasinya bagi penguatan sumber daya manusia dan kerja sama lintas sektor di Indonesia.

¹⁹ Tianchong Wang et al., “A Triple Helix Model Analysis of China’s Regional Industry-University-Research Collaborative Innovation in Low-Carbon Technologies,” *International Journal of Climate Change Strategies and Management* 17, no. 1 (December 2025): 848–68, <https://doi.org/10.1108/IJCCSM-02-2024-0018>.

²⁰ Iswandi, *Komunikasi Profetik : Konsep Dan Pendekatan*.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada praktik komunikasi organisasi berbasis nilai profetik yang dijalankan oleh BUMI Scholar dalam merespons isu bonus demografi 2045. Fokus utama diarahkan pada proses komunikasi profetik digital dalam membangun pemahaman, orientasi nilai, dan pola kolaborasi lintas sektor dalam ekosistem Bestari berbasis kolaborasi Triple Helix, serta bagaimana komunikasi tersebut dijalankan dalam dinamika organisasi BUMI Scholar.

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, penelitian ini dirumuskan ke dalam dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi profetik diterapkan dalam ekosistem organisasi melalui kolaborasi unsur Triple Helix (pemerintah, akademisi, dan praktisi)?
2. Bagaimana komunikasi profetik berperan dalam mengintegrasikan nilai-nilai bestari untuk memperkuat kesiapan SDM menghadapi bonus demografi 2045?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memperoleh pemahaman tentang praktik komunikasi organisasi berbasis nilai profetik dalam merespons isu bonus demografi 2045 di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini diarahkan untuk menelaah bagaimana komunikasi digital dijalankan selain sebagai sarana penyampaian informasi juga sebagai proses yang membentuk pemahaman, orientasi nilai, dan pola hubungan kerja sama lintas sektor dalam organisasi masyarakat sipil.

Selain itu, penelitian ini bertujuan mengkaji dinamika internal organisasi dalam mengelola komunikasi berbasis nilai profetik, termasuk proses internalisasi nilai dan peran komunikasi dalam menjaga keselarasan antara tujuan organisasi dan praktik kolaborasi. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai peran komunikasi organisasi dalam membangun kerja sama di tengah tantangan demografis.

Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan komunikasi profetik dalam ekosistem organisasi melalui kolaborasi unsur Triple Helix (pemerintah, akademisi, dan praktisi).
2. Untuk mengidentifikasi peran komunikasi profetik dalam mengintegrasikan nilai-nilai Bestari guna memperkuat kesiapan sumber daya manusia menghadapi bonus demografi Indonesia emas 2045.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk memberikan manfaat yang dapat digunakan pada ranah akademik dan praktik organisasi. Temuan penelitian diharapkan berkontribusi dalam pengembangan pengetahuan dan menjadi rujukan bagi praktik komunikasi organisasi berbasis nilai dalam merespons isu bonus demografi. Atas dasar itu, kegunaan penelitian ini dilihat dari aspek teoretis dan aspek praktis. Berikut penjelasannya:

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi organisasi berbasis nilai profetik. Dengan menempatkan komunikasi profetik sebagai praktik komunikasi organisasi, penelitian ini menambah pengetahuan mengenai bagaimana nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dijalankan dalam interaksi organisasi dan kolaborasi lintas sektor. Pendekatan ini membuka ruang dialog antara teori komunikasi organisasi dan pemikiran profetik dalam konteks sosial kontemporer.

Selain itu penelitian ini memberikan pijakan konseptual bagi pengembangan kajian Triple Helix di Indonesia. Integrasi antara komunikasi organisasi dan komunikasi profetik memperlihatkan bahwa kolaborasi lintas sektor tidak hanya dibentuk oleh kepentingan ekonomi dan struktur kelembagaan, tetapi juga oleh proses pemaknaan dan orientasi nilai yang disepakati bersama.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan untuk organisasi masyarakat sipil dan lembaga lain yang sejenis dalam mengelola komunikasi organisasi, khususnya di ruang digital. Temuan penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai cara komunikasi dijalankan untuk membangun pemahaman bersama, menjaga keselarasan nilai, serta memperkuat hubungan kerja sama lintas sektor.

Penelitian ini juga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam kolaborasi Triple Helix, baik perguruan

tinggi, pemerintah, maupun praktisi. Pemahaman mengenai peran komunikasi dalam membangun kepercayaan dan keberlanjutan kerja sama diharapkan membantu meningkatkan kualitas interaksi dan koordinasi lintas sektor. Dengan demikian, komunikasi organisasi diposisikan sebagai bagian dari proses kerja bersama yang mendukung pencapaian tujuan pembangunan SDM secara lebih terarah.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari perbedaan penafsiran dan memperjelas ruang lingkup penelitian, berikut diuraikan penegasan istilah secara konseptual dan operasional pada penelitian ini.

1. Komunikasi Profetik

Secara konseptual, komunikasi profetik adalah model komunikasi yang bersumber dari nilai-nilai kenabian dan dirumuskan dalam kerangka ilmu sosial profetik Kuntowijoyo. Komunikasi profetik beroperasi melalui tiga dimensi utama humanisasi (memuliakan dan menghargai martabat manusia), liberasi (membebaskan dari keterbatasan akses dan struktur yang menghambat), dan transendensi (mengorientasikan setiap tindakan komunikasi pada tanggung jawab kepada Allah) serta berlandaskan empat sifat kenabian sebagai fondasinya yaitu sifat siddiq (jujur dan benar), amanah (dapat dipercaya), tabligh (menyampaikan secara efektif), dan fathanah (cerdas dan bijaksana dalam berkomunikasi).²¹

²¹ Kuntowijoyo, *Maklumat sastra profetik* (Yogyakarta: Diva Press, 2019).

Secara operasional, komunikasi profetik dalam penelitian ini merujuk pada seluruh praktik komunikasi yang dijalankan oleh BUMI Scholar baik secara internal kepada anggota maupun secara eksternal kepada mitra Triple Helix yang menerapkan prinsip kejujuran, keterpercayaan, penyampaian pesan yang adaptif, serta selalu menghubungkan setiap narasi dengan nilai dan tanggung jawab yang lebih besar. Indikator operasionalnya meliputi konsistensi antara nilai yang dideklarasikan dengan perilaku nyata yang diterapkan, strategi komunikasi digital, kemampuan fasilitasi dialogis lintas sektor, dan penggunaan narasi nilai dalam setiap program dan kegiatan organisasi.

2. Ekosistem Bestari

Secara konseptual, ekosistem Bestari adalah kerangka nilai organisasi BUMI Scholar yang merupakan akronim dari tujuh nilai inti yaitu Berkarakter, Empati, Sinergi, Teladan, Akhlak, Religius, dan Inspiratif.²² Disebut ekosistem karena ketujuh nilai ini tidak berdiri sendiri tetapi saling berkaitan, saling menopang, dan membentuk satu sistem nilai yang hidup dalam seluruh aspek kehidupan organisasi mulai dari cara berkomunikasi, merancang program, hingga membangun relasi antar anggota dan mitra.

Secara operasional, ekosistem Bestari dalam penelitian ini merujuk pada kerangka nilai yang dirujuk dan diterapkan dalam seluruh proses komunikasi dan pengambilan keputusan di BUMI Scholar. Operasionalisasinya terlihat dalam alignment values sebelum meluncurkan

²² BUMI Scholar.

sebuah program, perefleksian nilai Bestari dalam setiap pembukaan kegiatan dan forum diskusi, serta pola komunikasi keseharian anggota baik dalam rapat formal maupun interaksi digital informal yang mencerminkan ketujuh nilai tersebut.

3. Triple Helix

Secara konseptual, Triple Helix adalah model kolaborasi inovasi yang dikembangkan oleh Etzkowitz dan Leydesdorff yang menggambarkan hubungan spiral dinamis antara tiga institusi utama, akademisi (universitas dan lembaga riset), praktisi (industri dan dunia usaha), dan pemerintah (lembaga kebijakan dan regulasi).²³ Dalam model ini, ketiga unsur berinteraksi secara linier dan saling memasuki domain satu sama lain untuk menciptakan sinergi yang menghasilkan inovasi dan kemajuan sosial.²⁴

Secara operasional, Triple Helix dalam penelitian ini merujuk pada kolaborasi nyata yang terbangun di dalam ekosistem BUMI Scholar antara unsur akademisi yang diwakili oleh anggota Dewan Pengawas berlatar belakang akademisi perguruan tinggi, unsur praktisi yang diwakili oleh pengurus berlatar belakang industri teknologi dan keuangan, serta unsur pemerintah yang tercermin dari rekam jejak mitra dalam program-program pemerintah seperti Kartu Prakerja. Kolaborasi ini diwujudkan dalam bentuk

²³ Henry Etzkowitz, "Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations," *Social Science Information* 42, no. 3 (September 2003): 293–337, <https://doi.org/10.1177/05390184030423002>.

²⁴ Yuzhuo Cai and Henry Etzkowitz, "Theorizing the Triple Helix Model: Past, Present, and Future," *Triple Helix* 7, nos. 2–3 (June 2020): 189–226, <https://doi.org/10.1163/21971927-bja10003>.

perancangan program bersama, forum diskusi lintas sektor, dan kontribusi keahlian masing-masing pihak dalam pengembangan SDM BUMI Scholar.

4. Bonus Demografi 2045

Secara konseptual, bonus demografi adalah kondisi struktur kependudukan yang ditandai oleh dominasi kelompok usia produktif (15-64 tahun) dengan rasio ketergantungan yang rendah, sehingga berpotensi menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang meningkat jika didukung oleh kualitas SDM yang memadai.²⁵ Bappenas memproyeksikan Indonesia akan mencapai puncak bonus demografi sekitar tahun 2030-2045, bertepatan dengan visi Indonesia Emas 2045 sebagai negara maju dan berdaulat.²⁶

Secara operasional, bonus demografi 2045 dalam penelitian ini bukan dipahami sebagai kesiapan menghadapi bonus demografi merujuk pada upaya BUMI Scholar dalam membentuk generasi muda yang kuat secara karakter dan kompeten secara teknis serta mampu berkolaborasi lintas sektor sebagaimana tercermin dalam program-program pengembangan SDM yang mengintegrasikan nilai Bestari dengan pelatihan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan Indonesia 2045.

²⁵ Warsito, "ATTAINING THE DEMOGRAPHIC BONUS IN INDONESIA."

²⁶ Pusat Statistik, *Analisis Profil Penduduk Indonesia*.